



El mercado de vino en Vietnam

ICEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ho Chi Minh

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

19 de diciembre de 2023
Ho Chi Minh

Este estudio ha sido realizado por
Gonzalo de la Sierra Ocón

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Ho Chi Minh

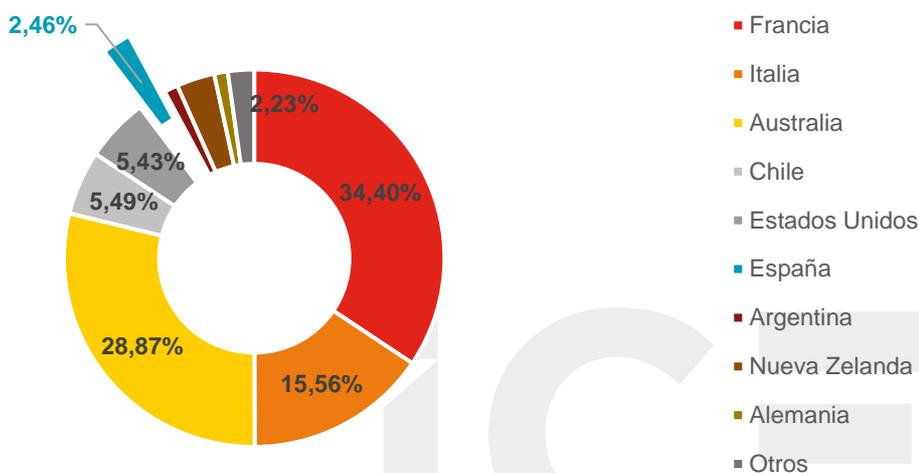
<https://www.vietnam.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-010-0

En Vietnam todos los países productores se encuentran presentes de una manera o de otra y han identificado al país en sus planes estratégicos de promoción y expansión. La oferta del vino en los últimos años ha ido ampliándose. Aunque se ha iniciado un proceso de desconcentración, en 2021 el 55 % la oferta del vino fue acaparada por ocho grandes empresas y el resto está esparcido entre menores distribuidores.

VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES DE VINO EN VIETNAM POR PAÍS DE ORIGEN EN 2022.



CUOTA DE MERCADO POR VOLUMEN DEL VINO EN VIETNAM

	2022
Thang Long Wine JSC	16,4 %
Grands Chais de France SA, Les	9,0 %
Pernod Ricard Groupe	8,5 %
LamDong Foodstuffs JSC (Ladofoods)	6,8 %
Accolade Wines Ltd	6,7 %
Treasury Wine Estates Ltd	5,9 %
Baron Philippe de Rothschild SA	2,7 %
LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton SA	0,1 %
Otras	44,1 %
Total	100 %

Fuentes: Naciones Unidas, 2023 y Wine in Vietnam (Euromonitor).

El volumen de ventas del país está creciendo en el país tras el gran retroceso que sufrió durante la pandemia, debido en gran parte al cierre de la restauración ya que casi todo el consumo de vino se produce en el canal Horeca. Es muy poco frecuente beber vino en el hogar y las ventas de las tiendas se dedican sobre todo a regalos.



Tras un análisis de más de 150 referencias de vinos españoles presentes en Vietnam se ha determinado que la franja de precios finales en *retail* con mayor demanda del vino español en Vietnam se sitúa entre los 30 € y los 50 €. Esta banda de precios nos hace determinar que, una vez quitados todos los aranceles, impuestos y márgenes de intermediarios, el precio neto más competitivo con el cual recomendamos ingresar al mercado vietnamita se sitúa entre los 8 y los 12 euros. Este precio, respaldado por el estudio detallado de la distribución de precios y los costos asociados a la importación, se posiciona estratégicamente para atraer no solo el interés de los consumidores, sino también de los importadores, maximizando así las oportunidades de venta.

En Vietnam, la población local generalmente desconoce el vino español, beneficiándose solo en ciertos casos de la percepción positiva hacia productos europeos, considerándolos como "vino europeo, no francés". La confusión entre el vino español y chileno, debido al etiquetado, también es común. El vino español se presenta marginalmente en catálogos y rara vez como marca líder. La mayoría de los consumidores vietnamitas que ocasionalmente consumen vino nunca han probado el español y desconocen su producción. En definitiva, el análisis detallado de la denominación de origen carece de sentido, ya que la amplia categoría "España" es desconocida.

En el mercado vietnamita, el canal Horeca (Hoteles, Restaurantes y Bares) desempeña un papel fundamental en la distribución de bebidas alcohólicas, incluyendo el vino. De hecho, aproximadamente el 24,2 % de las ventas de vino se concentran en estos establecimientos. Por lo que los hoteles, restaurantes y bares son puntos de venta muy importantes.

Aunque las compras en tiendas representan el 75,8 % restante de las ventas totales de vino, es importante destacar que muchas de estas adquisiciones están destinadas al propio sector Horeca ya que las tiendas de vino también abastecen a los establecimientos de hostelería.

Vietnam se presenta como un mercado altamente interesante debido a su perspectiva de crecimiento a medio plazo y una clase media joven en formación. No obstante, el mercado presenta importantes desafíos como los esfuerzos legislativos para reducir el consumo de alcohol, que se evidencia en unas barreras tanto arancelarias, como no arancelarias (prohibición de publicidad, dificultad para enviar muestras o trabas con el registro e importación).

En conclusión, la bodega española debe ser consciente antes de plantearse un proyecto en Vietnam. Por ello, la entrada debe estar precedida de un análisis y compromiso financiero importante ya que los costes de apertura del mercado son muy altos. Además, la empresa debe también asumir que a medio plazo y debido al tamaño del mercado y la escasa permeabilidad del producto español, los pedidos y beneficios serán pequeños y probablemente no compensen esos costes. En definitiva, tan solo empresas con una visión a muy largo plazo pueden encontrar retornos significativos.

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

